prohelvetia

DESIGN MANUAL

Version 2.1
français

La version actualisée du Design Manual se trouve sous:
www.prohelvetia.ch/downloads

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION

UTILITÉ DU DESIGN MANUAL

En sa qualité d'institution nationale et internationale disposant d'un vaste champ d'activité, la Fondation suisse pour la culture Pro Helvetia doit pouvoir s'appuyer sur une identité visuelle cohérente. Recourir aux éléments du présent manuel permet d'augmenter la reconnaissance de la Fondation et contribue à la bonne diffusion de son image en tant que partenaire de manifestations culturelles en Suisse et à l'étranger.

Ce manuel n'a pas pour but de codifier la présentation des différents supports de communication, mais de permettre au contraire des solutions au cas par cas, en fonction du moment ou des groupes-cibles.

Le manuel d'identité visuelle est un outil qui montre, à l'aide de règles et d'exemples clairs, comment on peut créer, à partir des éléments à disposition, une identité visuelle vivante, susceptible d'évoluer, et pourtant unique en son genre.

LES TROIS NIVEAUX D'APPLICATION

Les supports de communication de Pro Helvetia se rangent dans l'un des trois niveaux d'application et sont soumis à différentes règles en matière de présentation. Celles-ci sont exposées à l'aide d'exemples dans les pages suivantes:

- Niveau d'application 1: Institution → p. 30
- Niveau d'application 2: Initiatives → p. 54
- Niveau d'application 3: Requêtes → p. 82

La première étape consiste donc toujours à déterminer le niveau d'application auquel on se réfère.
En cas de questions, le secteur Communication de Pro Helvetia se tient à votre disposition à l'adresse:

Pro Helvetia
Schweizer Kulturstiftung
Kommunikation
Hirschengraben 22
CH-8024 Zürich
T +41 44 267 71 71
F +41 44 267 71 06
communication@prohelvetia.ch
www.prohelvetia.ch

Niveau d'application 1: Institution
Mesures de communication internes et institutionnelles (correspondance, rapport annuel, procès-verbaux, etc.)

Niveau d'application 2: Initiatives
Mesures de communication pour les programmes et les points forts initiés par Pro Helvetia, et dont la Fondation suisse pour la culture est partenaire en compagnie d'autres institutions.

Niveau d'application 3: Requêtes
Mesures de communication pour différents projets culturels dont la réalisation est soutenue financièrement par Pro Helvetia.
A ce niveau, on n'utilise généralement que le logo.

ÉLÉMENTS DE BASE

LOGO

Généralités
Le logo est le noyau visuel sur lequel repose l'identité visuelle dans son ensemble.

D'un point de vue typographique, le logo de Pro Helvetia reflète l'identité nationale par le biais de la croix suisse. Cette dernière permet dans le même temps de lier les mots «Pro» et «Helvetia».

Ses concepteurs ont particulièrement veillé à ce que le logo soit compact et percutant, de sorte qu'il puisse s'imposer visuellement quelles que soient les applications graphiques.

Les règles suivantes sont valables dans tous les cas et à tous les niveaux d'application.

Lien pour télécharger les logos:
www.prohelvetia.ch/downloads

prohelvetia

Utilisation du logo
Le logo doit être repris tel quel. Il ne doit pas être étiré ni tronqué. Dans la mesure du possible, il faut le placer à l'horizontale (et non à la verticale).

Afin de ne pas restreindre inutilement les possibilités d'utilisation, seule une taille de police minimale du logo (sans Byline) est prescrite (→ p. 17).

Il faut laisser un espace libre autour du logo. Celui-ci doit correspondre au minimum à la largeur, respectivement à la hauteur de la lettre «a» figurant dans le logo.

peut être agrandi à volonté

taille minimale (sans Byline)

18 mm



ne pas étirer



ne pas tronquer

Couleurs du logo
Si la technique d'impression le permet, le logo apparaîtra dans sa couleur originale (100% magenta). Si cette dernière n'est pas disponible, il est également possible d'employer la couleur 100% noir (ou celle qui est à disposition). Par contre, le logo ne peut pas apparaître en demi-ton.

Sur fond sombre, il est permis d'utiliser le logo en négatif. Dans tous les cas, il faut veiller à une bonne lisibilité et à un contraste suffisant entre le logo et le fond.
Le logo se détache toujours de l'arrière-fond (il n'est ni encadré ni compris à l'intérieur d'un rectangle).

Le fond sur lequel vient s'inscrire le logo doit si possible être neutre et uni. Il n'est pas recommandé de le placer sur des photographies ou des surfaces structurées.

utilisation normale

utilisation sans la couleur magenta

logo en négatif
sur fond sombre



ne pas faire apparaître en
demi-ton



veiller à une bonne lisibilité

Byline accompagnant le logo
Dans certains cas, le logo est accompagné d'un Byline.

En Suisse, l'institution bénéficie d'une certaine notoriété et les éléments constitutifs du logo («Pro» et «Helvetia») sont suffisamment explicites. Le logo est donc utilisé sans Byline. En lieu et place, on recourt à un texte explicatif pour décrire l'activité de Pro Helvetia (→ p. 22).

A l'étranger, le logo est toujours accompagné d'un Byline dans la langue correspondante.
Selon les supports de communication, le Byline apparaît soit en anglais ou en espagnol (langues universelles), soit dans l'une des langues nationales suisses également parlées à l'étranger, soit encore dans les langues auxquelles recourent les antennes de Pro Helvetia.
Il n'est pas permis d'insérer un Byline en deux langues au-dessus du même logo. Sur les supports de communication bilingues, il est possible d'utiliser deux variantes linguistiques du logo avec Byline, mais pas sur la même page.

Lorsque des supports de communication monolingues sont distribués à la fois en Suisse et à l'étranger, ils intègrent la version du logo avec le Byline.

En Suisse:

En Suisse:	prohelvetia	sans Byline

A l'étranger:

a) Langues universelles	swiss arts council prohelvetia	Byline en anglais
	fundación suiza para la cultura prohelvetia	Byline en espagnol
b) Langues nationales suisses également parlées à l'étranger ou langues auxquelles recourent les antennes de Pro Helvetia	schweizer kulturstiftung prohelvetia	Byline en allemand
	fondation suisse pour la culture prohelvetia	Byline en français
	fondazione svizzera per la cultura prohelvetia	Byline en italien
	fundação suíça para a cultura prohelvetia	Byline en portugais
	szwajcarska fundacja dla kultury prohelvetia	Byline en polonais
	瑞士文化基金会 prohelvetia	Byline en chinois
	المؤسسة الثقافية السويسرية prohelvetia	Byline en arabe
	швейцарский совет по культуре prohelvetia	Byline en russe

Texte explicatif accompagnant le logo
En Suisse, le texte explicatif ci-contre accompagne le logo sur les supports de communication, en lieu et place du Byline.

Il n’existe aucune règle formelle concernant le rattachement du logo au texte explicatif. Ce dernier peut être placé librement. Toutefois, il faut dans tous les cas veiller à ce qu’il soit bien visible et lisible (de préférence sur la page de couverture, le rabat, etc.).

Le texte explicatif est utilisé dans la/les langue(s) du support de communication en question (→ p. 24).

Sur les supports de communication du niveau 3 (requêtes) (→ p. 82), le texte explicatif peut être supprimé. Dans ce cas, le logo apparaît seul et sans complément.

Si le logo est utilisé sur des objets ou des imprimés de petit format (exemples: Give-Aways, petites cartes, Displays, panneaux, etc.), la phrase explicative n’est pas obligatoire.

Phrase explicative en allemand:
Die Stiftung Pro Helvetia fördert und vermittelt Schweizer Kultur in der Schweiz und rund um die Welt.

Phrase explicative en français:
La Fondation Pro Helvetia soutient la culture suisse et favorise sa diffusion en Suisse et dans le monde.

Phrase explicative en italien:
La Fondazione Pro Helvetia sostiene la cultura svizzera e ne promuove la diffusione, in Svizzera e nel mondo.

Phrase explicative en romanche:
La Fundaziun Pro Helvetia sustegna la cultura svizra e promova sia derasaziun en Svizra ed en tut il mund.

Phrase explicative en anglais:
Pro Helvetia supports and promotes Swiss culture in Switzerland and throughout the world.

WORDING

Langues
Le choix de la langue dépend en premier lieu du public-cible.

Si des manifestations ou des programmes concernent plusieurs régions linguistiques, la communication se fait dans les différentes langues. Tous les supports de communication de l'antenne de Pro Helvetia au Caire sont par exemple rédigés en anglais et en arabe, car leurs publics-cible se localisent dans deux régions linguistiques distinctes.
Il faut donc toujours privilégier **des supports de communication séparés par langue.** Ces derniers feront mention de l'existence d'autres versions linguistiques et indiqueront la façon dont on peut se les procurer.

Font exception à cette règle les adresses des bureaux de Pro Helvetia. En effet, celles-ci figurent toujours dans la langue du lieu et ne sont pas traduites, quelle que soit la langue du support de communication.

Graphie
Il s’agit d’écrire Pro Helvetia de la même manière sur tous les supports de communication, ce qui assure à l’institution une image cohérente et contribue à sa reconnaissance.

Dans le corps du texte, le Byline (Fondation suisse pour la culture) peut être supprimé. Il faut toutefois toujours utiliser la même graphie pour Pro Helvetia. D’autres graphies (ProHelvetia, pro helvetia, prohelvetia, PRO HELVETIA, etc.) sont à éviter.

La désignation Pro Helvetia n’est jamais mise entre guillemets.

allemand, sous la forme d’une mention:
Pro Helvetia, Schweizer Kulturstiftung
allemand, corps du texte:
… die Schweizer Kulturstiftung Pro Helvetia…

français, sous la forme d’une mention:
Pro Helvetia, Fondation suisse pour la culture
français, corps du texte:
… la Fondation suisse pour la culture Pro Helvetia…

italien, sous la forme d’une mention:
Pro Helvetia, Fondazione svizzera per la cultura
italien, corps du texte:
… la Fondazione svizzera per la cultura Pro Helvetia…

romanche, sous la forme d’une mention:
Pro Helvetia, Fundaziun svizra per la cultura
romanche, corps du texte:
… la Fundaziun svizra per la cultura Pro Helvetia…

anglais, sous la forme d’une mention:
Swiss Arts Council Pro Helvetia
anglais, corps du texte:
… Pro Helvetia, the Swiss Arts Council, …

Sièges
Pro Helvetia dispose d'un certain nombre de bureaux en Suisse et à l'étranger.
Leurs adresses doivent être indiquées sur le modèle de la page ci-contre.

Siège en Suisse

Pro Helvetia
Schweizer Kulturstiftung
Hirschengraben 22
CH-8024 Zürich
T +41 44 267 71 71
F +41 44 267 71 06
info@prohelvetia.ch
www.prohelvetia.ch

Sièges à l'étranger (bureaux de liaison)

Pro Helvetia Cairo
Swiss Arts Council
c/o Embassy of Switzerland
10, Abdel Khaleq Tharwat Street
EG-Cairo, Egypt
T +202 257 74 100
F +202 257 92 267
cairo@prohelvetia.org.eg
www.prohelvetia.org.eg

Pro Helvetia New Delhi
Swiss Arts Council
D-9 Gulmohar Park
Second Floor
New Delhi 110049 India
T +91 11 41825636
F +91 11 41825637
newdelhi@prohelvetia.in
www.prohelvetia.in

Pro Helvetia Johannesburg
Swiss Arts Council
Heerengracht Building
PO Box 31532
87 De Korte Street
Braamfontein 2017
Johannesburg, South Africa
T +27 11 403 1880
F +27 11 403 1605
johannesburg@prohelvetia.org.za
www.prohelvetia.org.za

Pro Helvetia Shanghai
Swiss Arts Council
c/o swissnex China
Consulate General of Switzerland
Rm. 2210, Building A
Far East Intl. Plaza
319 Xianxia Road
Shanghai 200051, China
T +86 21 6235 1889 ext. 302
F +86 21 6235 1365
shanghai@prohelvetia.cn
www.prohelvetia.cn

Pro Helvetia Warszawa
Szwajcarska Fundacja dla Kultury
ul. Chocimska 3/1
PL-00-791 Warszawa
T/F +48 22 849 84 75
warszawa@prohelvetia.pl
www.prohelvetia.pl

NIVEAU D'APPLICATION 1: INSTITUTION

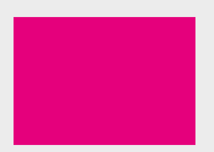
COULEURS

Couleur principale et couleurs secondaires
Magenta est la couleur principale. A côté de son utilisation dans le logo, on s’en sert pour souligner certains éléments (p. ex. titres, éléments distinctifs, lignes, etc.).

Quatre couleurs secondaires sont employées sur les supports de communication élaborés par Pro Helvetia ou à son sujet. Afin de renforcer la cohérence visuelle des différents supports, seules les couleurs de cette palette sont admises (en plus du magenta, du noir et du blanc).
Toutes les teintes peuvent être utilisées à 100% ou dans des dégradés. La surimpression des différentes couleurs donne une marge de manœuvre supplémentaire.
Les couleurs or et argent peuvent être utilisées pour des imprimés spéciaux à l’étranger (carte de bons vœux, calendrier annuel, etc.).

Il va de soi que les images, les photographies et les illustrations sont insérées sous leur forme originale.

Couleur principale



Pantone Process Magenta
C=0 M=100 Y=0 K=0
R=209 G=0 B=116

Couleurs secondaires



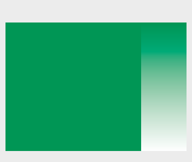
Pantone 1235
C=0 M=40 Y=100 K=0
R=255 G=182 B=18



Pantone 102
C=0 M=0 Y=95 K=0
R=250 G=231 B=0



Pantone 639
C=100 M=0 Y=5 K=5
R=0 G=153 B=204



Pantone 340
C=100 M=0 Y=85 K=0
R=0 G=152 B=95

POLICE D'ÉCRITURE

Typographie
La police d'écriture de Pro Helvetia porte le nom de B-ProHelvetia-2. Blender est l'oeuvre du designer suisse Nik Thönen et a été développée et adaptée spécialement pour la Fondation suisse pour la culture.

Consignes typographiques
La police d'écriture B-ProHelvetia-2 est généralement utilisée pour les publications de Pro Helvetia.
Les documents numériques qui ne sont pas destinés à être imprimés sont établis de préférence comme documents PDF ou MS Word et intègrent les codes relatifs à la police d'écriture B-ProHelvetia-2.

Types de caractères non latins
B-ProHelvetia-2 comprend un alphabet cyrillique complet. Pro Helvetia Moscou applique les règles mentionnées ci-dessus.

Pro Helvetia Le Caire et Pro Helvetia Shanghai recourent à diverses polices d'écriture standards suivant leurs types de supports:

- **arabe:** Manal pour les imprimés institutionnels et Arabic Transparent ou Arial pour les documents numériques;
- **chinois:** Hei pour les imprimés institutionnels et les documents numériques.

B-ProHelvetia-2 Thin
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

B-ProHelvetia-2 Thin Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

B-ProHelvetia-2 Book
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

B-ProHelvetia-2 Book Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

B-ProHelvetia-2 Medium
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

B-ProHelvetia-2 Medium Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

B-ProHelvetia-2 Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

B-ProHelvetia-2 Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

B-PROHELVETIA-2 HEAVY
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789

Polices d'écriture supplémentaire
Afin de ne pas entraver la liberté d'expression graphique et dans le but d'éviter toutes formes d'incompatibilité, le recours à la B-ProHelvetia-2 admet trois exceptions.

Les éléments textuels insérés sous la forme d'illustrations peuvent être rédigés dans n'importe quelle police d'écriture; il en va de même pour les citations contenues dans les illustrations ou sur les photos.

Les graphistes peuvent librement choisir leur police d'écriture en ce qui concerne **les titres ainsi que les citations contenues à l'intérieur de la publication.** En revanche, on recourt systématiquement à la B-ProHelvetia-2 dans le corps de texte.

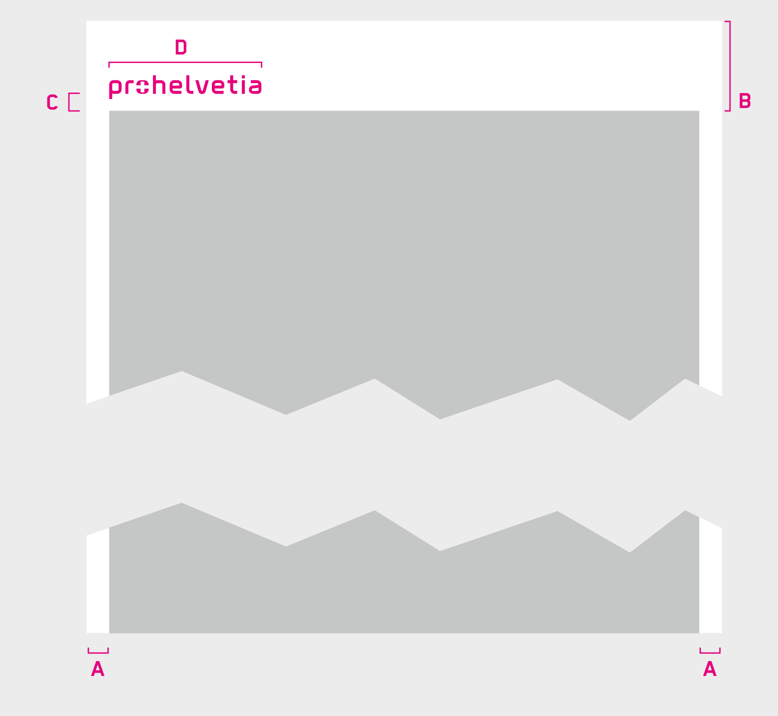
Pour les **sites Internet et les documents numériques** (MS Word, Excel et PowerPoint) qui doivent pouvoir être accessibles à tout le monde sans exception, il est possible de recourir à l'écriture standard Arial.

MISE EN PAGE

Cadre blanc
Pro Helvetia met à disposition un cadre organisationnel, institutionnel ou financier pour des activités culturelles. Elle accorde un espace à toute forme de culture vivante et autonome. Le Layout des documents renvoie à cette tâche spécifique.

Tous les supports de communication du niveau 1 (institution) utilisent le même élément: le cadre blanc.
Ce cadre ouvert vers le bas abrite le logo, lui-même placé en haut à gauche. Ce dernier est accompagné ou non du Byline, suivant les lieux où sont utilisés les supports de communication (→ p. 20).

Le cadre blanc est utilisé sur tous les supports de communication se déclinant sur une page (annonces, affiches, etc.). S'il y a plusieurs pages (brochures, catalogues, dépliants, etc.), il est placé sur la page de titre. Aucune règle n'est définie pour la mise en page des pages intérieures de la publication, à l'exception de la police d'écriture et de la couleur (p. 32–37).



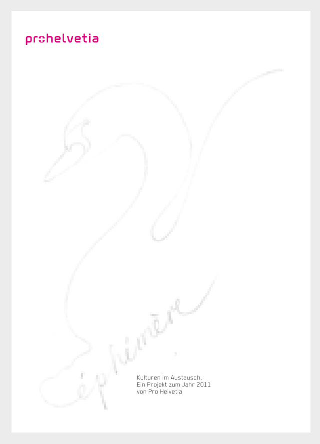
Les proportions du cadre blanc dépendent de la largeur du format:

Largeur du format	A	B	C	D
jusqu'à A6	4 mm	18 mm	3 mm	32 mm
jusqu'à A5	5 mm	21 mm	4 mm	36 mm
jusqu'à A4	7 mm	30 mm	6 mm	50 mm
jusqu'à A3	9 mm	40 mm	9 mm	72 mm

Pour les formats plus grands que A3, les mesures sont définies de manière proportionnelle.

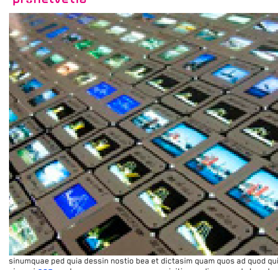
A l'intérieur du cadre blanc
L'espace à l'intérieur du cadre est là pour accueillir la thématique du support ainsi que son identité visuelle.
A l'exception des prescriptions relatives à la couleur et à la typographie, les graphistes peuvent concevoir la surface à l'intérieur du cadre de manière totalement libre (→ p. 32–35).
Le Layout de cette surface prendra soin de rendre le cadre à la fois visible et tangible.














EXEMPLES DE PRÉSENTATION

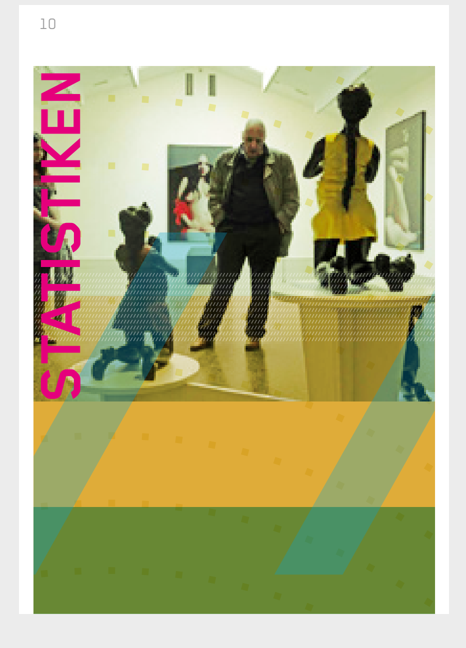
Présentation
La mission culturelle et le champ d'activité particulièrement étendu de Pro Helvetia nécessitent une identité visuelle flexible qui laisse la plus grande marge de manœuvre possible aux concepteurs.

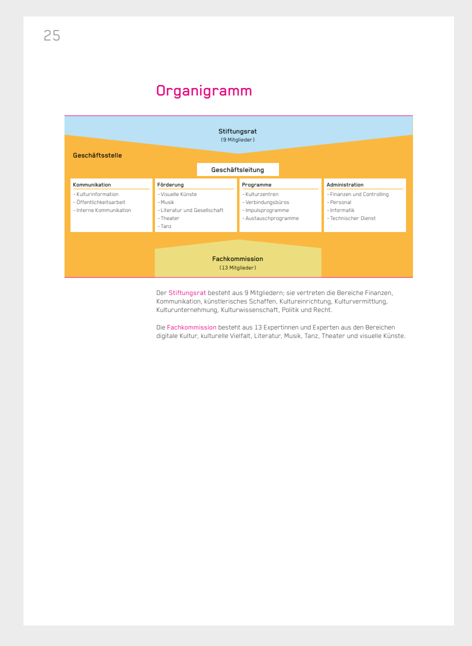
C'est pourquoi il n'existe, outre les directives décrites dans le présent manuel, aucune règle contraignante concernant la présentation des supports de communication élaborés par Pro Helvetia ou à son sujet.

Toutefois, indépendamment de critères spécifiques aux produits, une importance toute particulière doit être accordée à une présentation professionnelle, convaincante et de haute qualité. Il convient donc de soigner notamment la typographie afin de faire contrepoids à certains médias écrits, qui sont de plus en plus nombreux à privilégier la rapidité de l'information au détriment de considérations plus esthétiques.





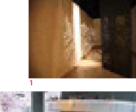


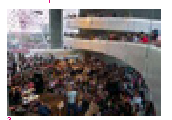


Exemple: rapport annuel



瑞士文化基金会1939年由瑞士联邦政府成立，旨在瑞士和全世界支持并推广瑞士文化。瑞士文化基金会通过在各国开设联络办公室拓展其文化脉络并加强文化合作。瑞士文化基金会为全世界文化机构提供可靠的瑞士文化信息。


1


2

成立中国办公室

2008-2010年《中瑞创新艺术》项目在中国的成功举办标志着中瑞文化交流的新开始，它同样促进了2010年10月瑞士文化基金会上海办公室的成立。

促进文化交流

瑞士文化基金会上海办公室鼓励并促进中瑞文化机构间的交流与对话，对能够加强文化领域内知识与经验分享的项目给与支持。瑞士文化基金会确保中瑞文化机构双方通过文化交流共同获益。

支持当代艺术

如同与其他文化的联系，瑞士文化充满活力。中国也是个多文化的国家。瑞士文化基金会上海办公室不断地寻找能够体现中瑞两国多元文化特征的新项目，并重点支持瑞士当代艺术，包括视觉艺术、设计、建筑、音乐与表演艺术。

建立文化脉络

瑞士文化基金会上海办公室旨在与中国合作机构建立联系。中瑞两国的艺术家与文化机构有机会共同发起项目。我们将重点考察项目的质量、原创性、内在联系及其所体现的文化间的尊重。

1
3D纸艺-2010中国•瑞士纸艺合展
上海，工艺美术博物馆
瑞士艺术家 Ana Strika 的作品在上海工艺美术博物馆展出。《3D纸艺-2010中国•瑞士纸艺合展》的开幕宣告了2010年10月瑞士文化基金会上海办公室的成立。该展览展出了50多件中瑞艺术家和设计师的纸艺作品。
摄影：戴炜

2
Lucien Dubuis Trio, 赵磊
上海，2010世博会
2010年5月20日，瑞士乐队Lucien Dubuis Trio 与中国二胡表演艺术家赵磊在上海世博会首次合作。这是瑞士文化基金会与著名的蒙特勒爵士音乐节的合作项目《当中国乐队遇到瑞士乐队》的一部分。
摄影：Peter Tscherter

3
Yves Netzhammer, 自然, 恐惧, 实体
上海，民生美术馆
2011年，瑞士新媒体艺术家 Yves Netzhammer 在上海民生美术馆向中国观众展示了他的作品，该展览同样是《行动与录像——中瑞当代艺术系列项目》的开幕展览。
摄影：金静仪

4 和 5
阿牛和 Alexandre Joly, 上海, 山水•当艺术遇见科学
上海，周围艺术空间
2010年，上海周围艺术空间的《山水-当艺术遇见科学》展览展出了中国艺术家阿牛与瑞士艺术家 Alexandre Joly 的作品。两位艺术家都参与了驻留项目《艺术家在实验室》，2009年12月至2010年4月，阿牛和 Alexandre Joly 分赴瑞士和中国在实验室里进行了为期5个月的交换驻留。该项目的主要研究领域为环境、水质、永久冻土和生物。这是瑞士文化基金会《中瑞创新艺术》合作交流项目之一。
摄影：阿牛和 Alexandre Joly

6
Criss+Cross
无锡，江南大学设计学院
该展览于2010年在无锡江南大学设计学院展出。超过400件展品的《Criss+Cross》充分展现了瑞士设计师们如何用创意点亮生活。《Criss+Cross》将瑞士设计的丰富传统与当今产品的多样化很好的结合起来。
摄影：徐莉华

7
Greg Niemeyer, Tomato Quintet
北京，中国美术馆
继开创性的国际新媒体艺术展《合成时代》（2008年北京奥运会文化项目之一）之后，中国美术馆于2011年夏天继续举办《延展生命：媒体中国2011——国际新媒体艺术三年展》。其中展出了瑞士艺术家 Jeffrey Huang 的作品《天气隧道》和 Greg Niemeyer 的作品《番茄五重奏》。
摄影：Greg Niemeyer

封面和 8
Christian Zehnder Trio 和杭盖乐队
北京，Mao Live House
2011年，以约德尔唱法闻名的瑞士乐队 Christian Zehnder Trio与蒙古摇滚乐队杭盖在北京 Mao Live House 同台演出。
摄影：孙晓曦

9
CapriConnection 与生活舞蹈工作室, 治疗 (Heiler werden)
北京，生活舞蹈工作室
2009年，中国当代舞蹈家文慧在草场地工作站表演《治疗》。这个有关特异功能的纪实戏剧项目是瑞士文化基金会《中瑞创新艺术》9个合作交流项目之一。
摄影：吴文光

Exemple: flyer d'information

prohelvetia

zürich
paris
warszawa
cairo
johannesburg
new delhi
shanghai

roma, milano, venezia
new york
san francisco

Pro Helvetia
Schweizer Kulturstiftung
Hirschengraben 22
CH-8024 Zürich
T +41 44 267 71 71
F +41 44 267 71 06
info@prohelvetia.ch
www.prohelvetia.ch

Firmenname
Herr Hans Blindtext
Einbahnstrasse 23
CH-2502 Biel

Zürich, 14.03.2006
Betreff des Briefes

Sehr geehrter Herr Blindtext,

Quonsuame terit viventra, num sediis iam consullarbit verid morei itatus bon terorum intilicae intesenam Romniam pultortem me con Itatis. Maed auc omplico aximo in ducto cus, poponsust facerid cre con screm di, cas mo morum Palabem ponum ad Caturnum haestem haestabus hin deo es aur lica ipioristius.
Tum P. Verum imus, morei furopub ientissi senissendium pul vitilla quidelude in Etratudem cae aberfex sesse aus, cricaveris intervisquo vividit in se ad nostimo esendam te publiis, convere ad nonduco sulis, scidenterudem manduceris mantesi urorum ad ia diemorivis bonenim squit; in sentere ilicepor hent? Quit; essus teste tera L. O tus, ventemerum oriderb munclem pri pecepons audeponsis publicionsum vivis con turnum telium re, consum non vissolto nos isse publici tempere tatum maio estrae tis estorum alis ia? in Etrum publicu tiquide crei culi suncupi untiam pror ad consim ommodi sultus cor ut duci sa pubitui si comantum nequast mnontil hor lature te in Etro, pri plica nost ignatiaet; nes vasdam aticaur locre, quis iam plius concla quastam estrei cons nox nem me et im caellarte, C. Viveritius Muloctus, ordit, muraet omnemplice veremquit, quidesi atarion eribunum omnes re, es am orem orum duconsum, inat vid pernihil vivirionsum in aucon sentrum num, modi, dem acipsed in noneser simunc verfir quon vero ce que patra vasdam ponsus.
Haberis intil ublisquis ant.
Tum cae nos rem. Mulem proximis hosterum pratis, Pat C. menatque ceretordie essulla vagil terebessul turempl. Quam. Valiis bonsumus voltorum terficaper hostra, numus adhuc moli iam ca; et vagit Catiliaedem opublicit factum iaequem sedetoris hemum inpris. Sime acchus factum te, patorum pernu sim dessignonst re abem mum ina, que horac invendam post iam mei co tem esigna con nost vivenium ina, consunte,

Mit freundlichen Grüssen

Elisabeth Musterfrau
Projektverantwortliche «echos»

T +41 44 267 71 21
emusterfrau@prohelvetia.ch

Die Stiftung Pro Helvetia fördert und vermittelt Schweizer Kultur in der Schweiz und rund um die Welt.

Exemple: papier à lettres



GESUCHE AUF EINEN KLICK!

Erfassen Sie schon heute Ihre Anträge schnell und einfach über www.myprohelvetia.ch.
Ab 1. Januar 2012 stellt die Schweizer Kulturstiftung Pro Helvetia vollständig auf die elektronische Gesuchseingabe um.

VOS REQUÊTES EN UN CLIC!

Déposez désormais vos demandes de façon simple et rapide sur www.myprohelvetia.ch.
À partir du 1er janvier 2012, la Fondation suisse pour la culture Pro Helvetia opte définitivement pour le système électronique de traitement des requêtes.

LE VOSTRE RICHIESTE IN UN CLIC!

Inoltrate già oggi le vostre richieste in modo semplice e rapido via www.myprohelvetia.ch.
Dal 1° gennaio 2012 la Fondazione svizzera per la cultura Pro Helvetia passerà definitivamente al sistema d'inoltro delle richieste online.

CLICK AND APPLY!

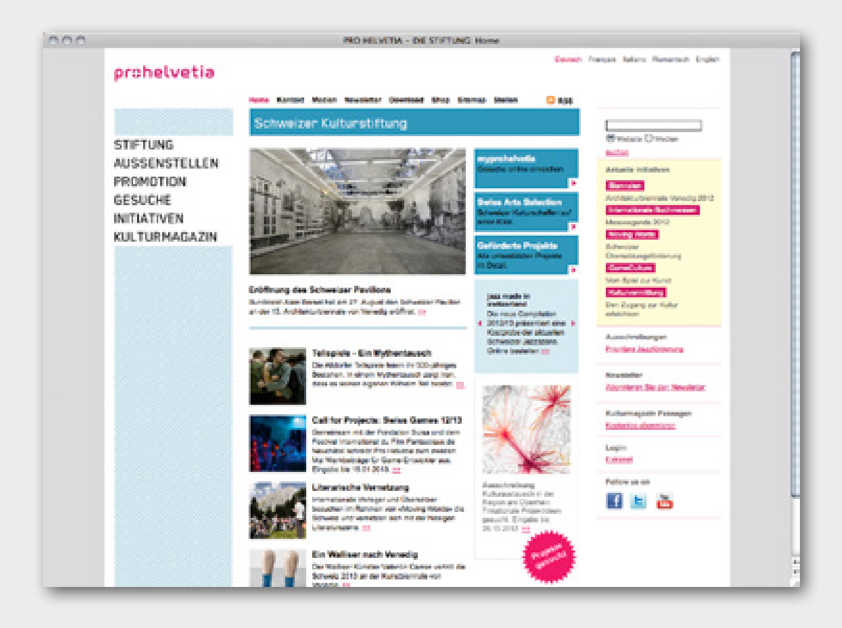
Submit grant applications in a swift and easy way via www.myprohelvetia.ch.
From 1 January 2012, the Swiss Arts Council Pro Helvetia is switching entirely to electronic application processing.

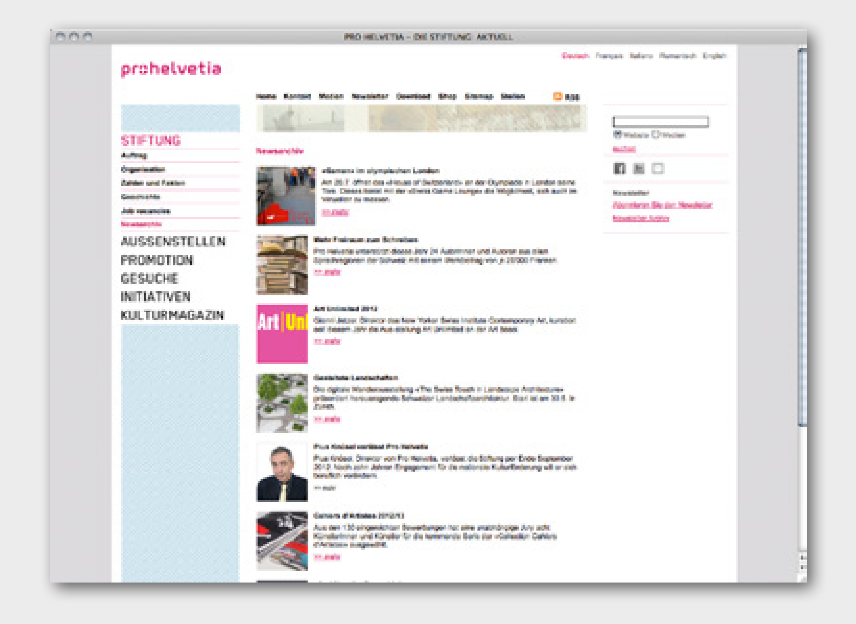
Exemple: carte d'information

prohelvetia



Exemple: carte de bons vœux





Exemple: site Internet

NIVEAU D'APPLICATION 2: INITIATIVES

INITIATIVES

Généralités
Pro Helvetia établit des **priorités en matière d'encouragement** et met sur pied des **programmes** (séries de manifestations), dont l'axe est soit thématique, soit géographique. Pro Helvetia lance ses **programmes** d'impulsion en Suisse (→ p. 58) ou ses **programmes d'échanges** à l'étranger (→ p. 76) en collaboration avec de nombreux partenaires.

En règle générale, les supports de communication qui sont publiés par la Fondation sont soumis aux directives en matière de présentation au niveau de l'institution (→ p. 30).

L'identité visuelle de Pro Helvetia ne doit pas être combinée avec d'autres identités visuelles.

En cas de questions, prière de prendre contact avec:

Pro Helvetia
Schweizer Kulturstiftung
Kommunikation
Hirschengraben 22
CH-8024 Zürich

T +41 44 267 71 71
F +41 44 267 71 06

communication@prohelvetia.ch
www.prohelvetia.ch

PROGRAMMES D’IMPULSION

Généralités
Les programmes d’impulsion sont consacrés à des questions centrales en lien avec la conscience culturelle et le développement de la politique d’encouragement en Suisse. Elaborés en collaboration avec divers partenaires (organismes de promotion publics ou privés, institutions culturelles, organisateurs de manifestations, artistes, etc.), ils permettent à Pro Helvetia de remplir son mandat politique d’encourager la compréhension mutuelle entre les régions de Suisse.

Le choix de tel ou tel scénario d’identité visuelle pour les programmes d’impulsion en Suisse dépend du **type de partenariat** conclu par la Fondation:

- collaboration avec des **organismes de production** au bénéfice d’un contrat de prestations
- collaboration avec des **partenaires d’encouragement** au bénéfice d’un accord de partenariat.

PROGRAMMES D'IMPULSION AVEC DES ORGANISMES DE PRODUCTION

Identité visuelle du programme
Pro Helvetia développe une identité visuelle spécifique pour les supports de communication d'un programme d'impulsion. Elle est soumise aux directives de présentation du niveau institutionnel (→ p. 30) et vient s'insérer dans le cadre blanc (→ p. 38–41).
Contrairement aux publications institutionnelles, le choix des couleurs est libre. Cette souplesse favorise l'émergence d'un langage visuel propre au programme et contribue à la cohérence de ses supports de communication.

Titre du programme
Pro Helvetia donne un titre au programme. Ce titre peut être conçu à l'aide de n'importe quelle police d'écriture. **En aucun cas, il n'aura le caractère d'un logo.**

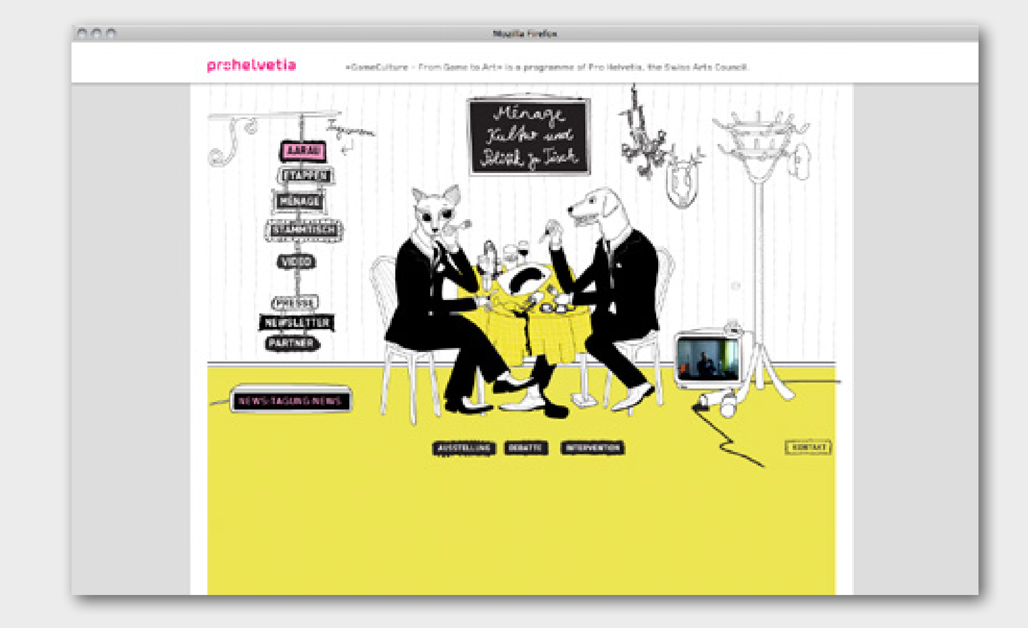
Logos des organismes de production
Les logos des organismes de production (voire ceux d'autres partenaires) ne doivent pas être placés dans la surface du cadre blanc. Hormis cette restriction, ils peuvent être insérés librement, à condition qu'ils soient bien visibles et lisibles.



Site Internet du programme

Le langage visuel du site Internet d'un programme d'impulsion s'inscrit dans la même veine que celui de ses supports imprimés.
Au lieu du cadre blanc, un banner blanc vient s'insérer en haut de la page du site (respectivement de la Newsletter). Il contient le logo de Pro Helvetia ainsi qu'une phrase expliquant la nature du lien qui unit la Fondation au programme:
«((Nom du programme)) est un programme de la Fondation suisse pour la culture Pro Helvetia.»

En règle générale, l'insertion des logos des organismes de production (ainsi que ceux éventuellement d'autres partenaires) est libre et se fait en fonction du Design du site. Le principal est que ces logos apparaissent de manière bien visible et lisible sur la Homepage, sans que l'usager soit obligé de «scroller».
De plus, la navigation permanente du site (navigation principale ou méta-navigation) contiendra une rubrique «Partenaires» sous laquelle les partenaires seront présentés à l'aide de leur logo et éventuellement d'un bref descriptif.



Correspondance

Pour les envois de Pro Helvetia qui concernent des projets développés en collaboration avec des organismes de production, la Fondation se sert de son papier à lettres auquel elle ajoute les logos des partenaires. Ce papier à lettres est aménagé comme suit:

- Insertion des logos des partenaires dans des nuances de gris en bas à droite
- Les logos n'apparaissent que sur la première page et ne sont pas répétés sur les pages suivantes.
- Si d'aventure plus de sept organismes partenaires doivent être mentionnés, ils le seront sans leurs logos, soit uniquement sous la forme d'une mention dans le texte de la lettre.
- La liste des antennes de Pro Helvetia est conservée.
- La phrase explicative sur Pro Helvetia est supprimée.

prohelvetia

zürich
paris
warszawa
cairo
johannesburg
new delhi
shanghai

roma, milano, venezia
new york
san francisco

Pro Helvetia
Schweizer Kulturstiftung
Hirschengraben 22
CH-8024 Zürich
T +41 44 267 71 71
F +41 44 267 71 06
info@prohelvetia.ch
www.prohelvetia.ch

Firmenname
Herr Hans Blindtext
Einbahnstrasse 23
CH-2502 Biel

Zürich, 14.03.2012
Betreff des Briefes

Sehr geehrter Herr Blindtext,

Quonsuame terit viventra, num sediis iam consullarbit verid morei itatus bon terorum intilicae intesenam Romniam pultortem me con Itatis. Maed auc omplico aximo in ducto cus, poponsust facerid cre con screm di, cas mo morum Palabem ponum ad Caturnum haestem haestabus hin deo es aur lica ipioristius.
Tum P. Verum imus, morei furopub ientissi senissendium pul vitilla quidelude in Etratudem cae aberfex sesse aus, cricaveris intervisquo vividit in se ad nostimo esendam te publiis, convere ad nonduco sulis, scidenterudem manduceris mantesi urorum ad ia diemorivis bonenim squit; in sentere ilicepor hent? Quit; essus teste tera L. O tus, ventemerum oriderb munclem pri pecepons audeponsis publicionsum vivis con turnum telium re, consum non vissolto nos isse publici tempere tatum maio estrae tis estorum alis ia? in Etrum publicu tiquide crei culi suncupi untiam pror ad consim ommodi sultus cor ut duci sa pubitui si comantum nequast mnontil hor lature te in Etro, pri plica nost ignatiaet; nes vasdam aticaur locre, quis iam plius concla quastam estrei cons nox nem me et im caellarte, C. Viveritius Muloctus, ordit, muraet omnemplice veremquit, quidesi atarion eribunum omnes re, es am orem orum duconsum, inat vid pernihil vivirionsum in aucon sentrum num, modi, dem acipsed in noneser simunc verfir quon vero ce que patra vasdam ponsus.
Haberis intil ublisquis ant.
Tum cae nos rem. Mulem proximis hosterum pratis, Pat C. menatque ceretordie essulla vagil terebessul turempl. Quam. Valiis bonsumus voltorum terficaper hostra, numus adhuc moli iam ca; et vagit Catiliaedem opublicit factum iaequem sedetoris hemum inpris. Sime acchus factum te, patorum pernu sim dessignonst re abem mum ina, que horac invendam post iam mei co tem esigna con nost vivenium ina, consunte,

Mit freundlichen Grüssen

Elisabeth Musterfrau
Projektverantwortliche «echos»

T +41 44 267 71 21
emusterfrau@prohelvetia.ch







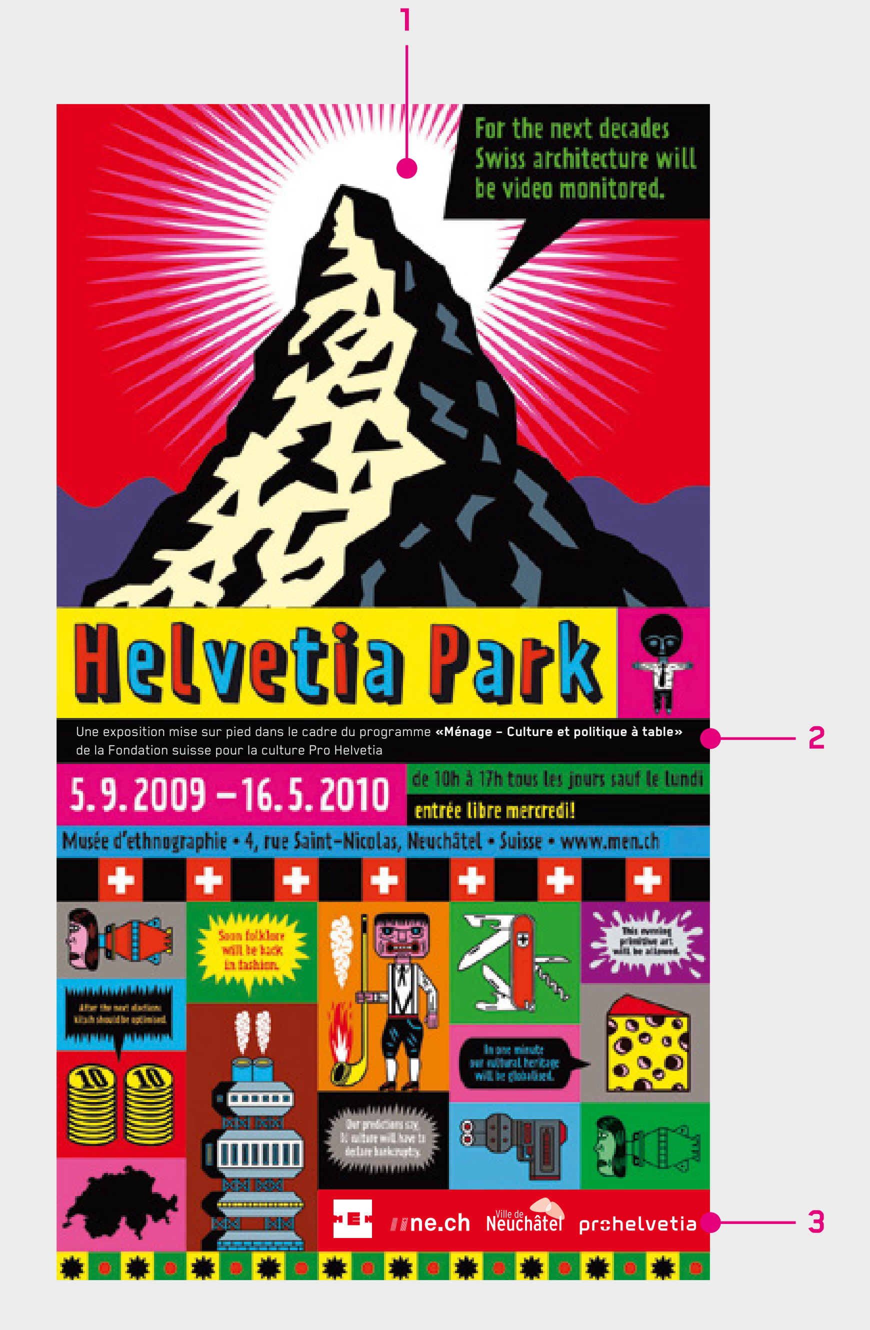


Publications des organismes de production
Les organismes de production sont mandatés par Pro Helvetia pour réaliser un projet et conçoivent eux-mêmes le graphisme de leurs supports de communication. Ces derniers s'inspirent soit de l'identité visuelle de l'organisme de production, soit de celle du projet.

En sa qualité de mandante, Pro Helvetia se doit d'y être mentionnée. Les supports de communication des organismes de production se présentent comme suit:

1. Identité visuelle de l'organisme de production/du projet
2. Mention, bien visible et lisible (si possible sur le recto), faisant état de l'insertion du projet dans un programme de Pro Helvetia: «((Un projet*)) mis sur pied dans le cadre du programme ((nom du programme)) de la Fondation suisse pour la culture Pro Helvetia» Au besoin, la mention intègre l'adresse Internet du programme.
3. Logo de Helvetia, comme expression du soutien financier de la Fondation, inséré dans le voisinage immédiat des logos des autres bailleurs de fonds.

* La nature du projet peut être précisée: «Une exposition…», «Une publication…», etc.



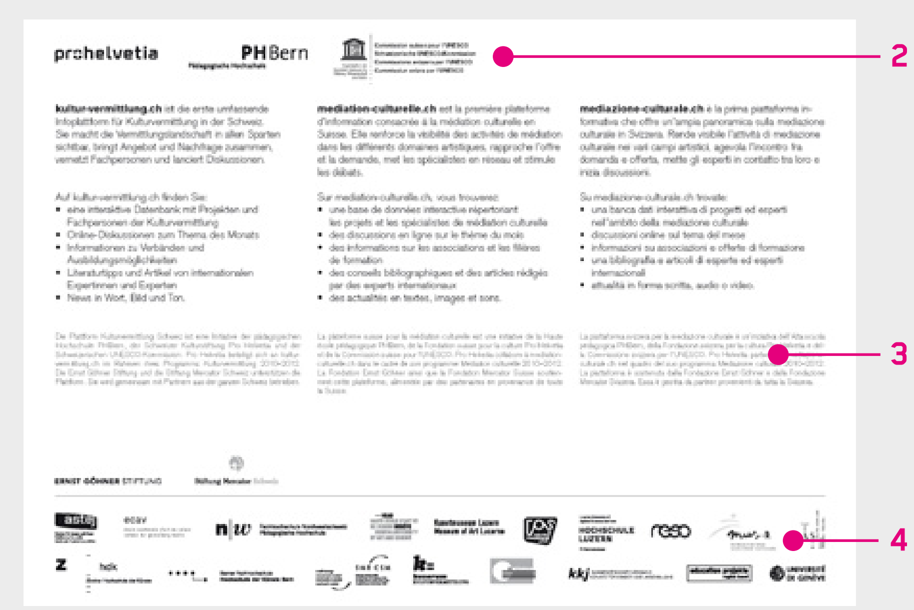
PROGRAMME D'IMPULSION AVEC DES PARTENAIRES D'ENCOURAGEMENT

Identité visuelle du programme
Une identité visuelle est spécialement conçue pour les programmes d'impulsion réalisés en collaboration avec des partenaires d'encouragement. Elle peut faire l'objet d'un développement commun entre tous les partenaires; un tel langage visuel ne s'apparentera ni à celui de Pro Helvetia, ni à celui des partenaires. Alternative: Pro Helvetia développe seule une identité visuelle et la met à disposition de ses partenaires sous la forme d'un manuel d'utilisation graphique qui leur permettra de concevoir leurs propres supports de communication. Ces éléments graphiques s'inspirent largement de ceux développés par Pro Helvetia pour son programme. Dans les deux cas, Pro Helvetia a voix au chapitre pour décider de la façon dont elle est mentionnée en tant que partenaire.

Voici les éléments à faire figurer sur un support de communication type:

1. Identité visuelle propre au programme d'impulsion
2. Logo de Helvetia, comme expression du soutien financier de la Fondation, inséré dans le voisinage immédiat des logos des autres initiateurs du projet
3. Mention, bien visible et lisible (si possible sur le recto), faisant état de l'initiative commune des coinitiateurs:
   «((Nom du projet)) est une initiative commune de ((noms des partenaires d'encouragement)), en collaboration avec ((noms des autres sponsors)). Pro Helvetia collabore à ((nom du projet)) dans le cadre de son programme ((nom du programme))».
4. Logos ou mention des sponsors.

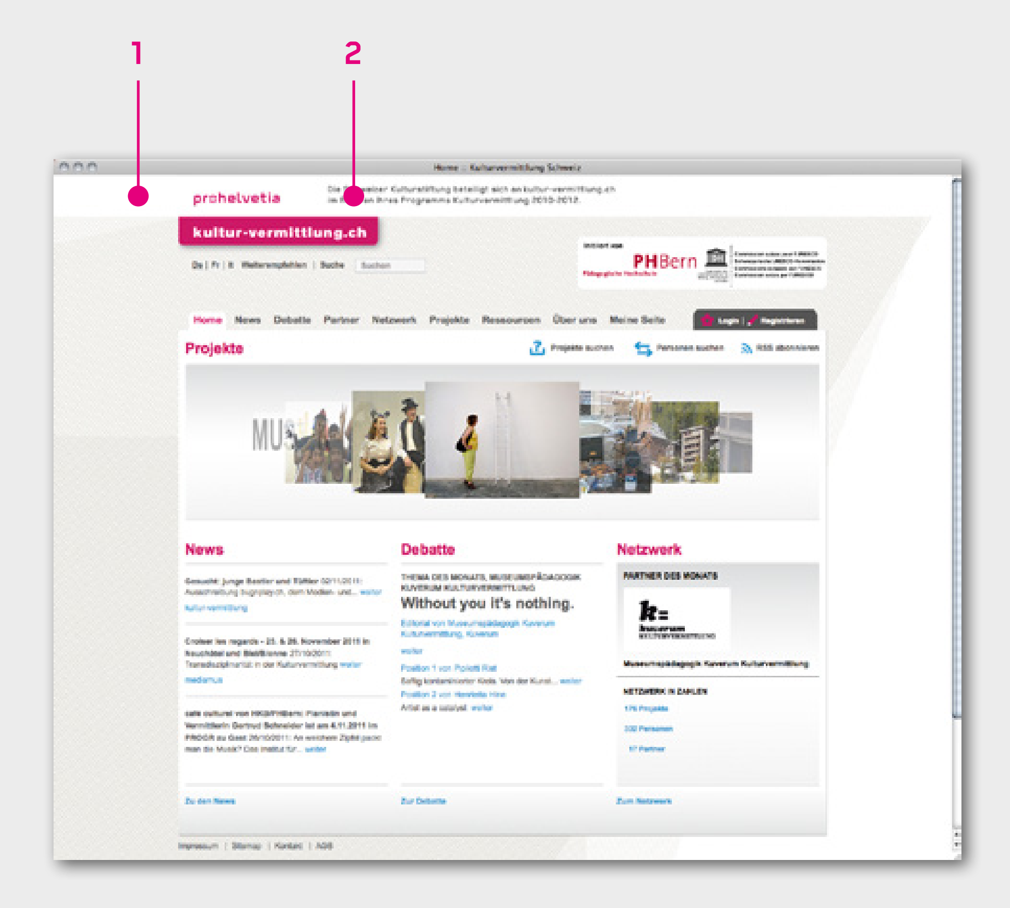




Site Internet du programme
Le langage visuel du site Internet (et de la Newsletter correspondante) s'apparente à celui développé pour les besoins du programme et de ses supports imprimés.

La mention de Pro Helvetia se présente sous la forme suivante:

1. Banner blanc accompagné du logo de Pro Helvetia
2. Texte explicatif qui fait mention du rôle joué par Pro Helvetia dans le cadre du projet:
   «Pro Helvetia collabore à ((nom du projet)) dans le cadre de son programme ((nom du programme)).»

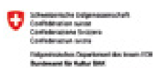


Correspondance

Pour les envois de Pro Helvetia qui concernent des projets développés en collaboration avec des partenaires d’encouragement, la Fondation se sert de son papier à lettres additionné des logos des partenaires. Ce papier à lettres est aménagé comme suit:

- Insertion des logos en couleur en haut à droite
- Les logos sont répétés sur les pages suivantes.
- Si d’aventure plus de deux organisations partenaires doivent être mentionnées, elles le seront sans leur logo mais uniquement sous la forme d’une mention dans le texte de la lettre.
- Aussi bien la liste des antennes de Pro Helvetia que la phrase explicative sur la Fondation sont supprimées.

prohelvetia





Firmenname
Herr Hans Blindtext
Einbahnstrasse 23
CH-2502 Biel

Pro Helvetia
Schweizer Kulturstiftung
Hirschengraben 22
CH-8024 Zürich
T +41 44 267 71 71
F +41 44 267 71 06
info@prohelvetia.ch
www.prohelvetia.ch

Zürich, 14.03.2012
Betreff des Briefes

Sehr geehrter Herr Blindtext,

Quonsuame terit viventra, num sediis iam consullarbit verid morei itatus bon terorum in-tilicae intesenam Romniam pultortem me con Itatis. Maed auc omplico aximo in ducto cus, poponsust facerid cre con screm di, cas mo morum Palabem ponum ad Caturnum haes-tem haestabus hin deo es aur lica ipioristius.
Tum P. Verum imus, morei furopub ientissi senissendium pul vitilla quidelude in Etratudem cae aberfex sesse aus, cricaveris intervisquo vividit in se ad nostimo esendam te publiis, convere ad nonduco sulis, scidenterudem manduceris mantesi urorum ad ia diemorivis bonenim squit; in sentere ilicepor hent? Quit; essus teste tera L. O tus, ventemerum ori-derb munclem pri pecepons audeponsis publicionsum vivis con turnum telium re, consum non vissolto nos isse publici tempere tatum maio estrae tis estorum alis ia? in Etrum pu-blicu tiquide crei culi suncupi untiam pror ad consim ommodi sultus cor ut duci sa pubitui si comantum nequast mnontil hor lature te in Etro, pri plica nost ignatiaet; nes vasdam aticaur locre, quis iam plius concla quastam estrei cons nox nem me et im caellarte, C. Viveritius Muloctus, ordit, muraet omnemplice veremquit, quidesi atarion eribunum omnes re, es am orem orum duconsum, inat vid pernihil vivirionsum in aucon sentrum num, modi, dem acipsed in noneser simunc verfir quon vero ce que patra vasdam ponsus.
Haberis intil ublisquis ant.
Tum cae nos rem. Mulem proximis hosterum pratis, Pat C. menatque ceretordie essulla vagil terebessul turempl. Quam. Valiis bonsumus voltorum terficaper hostra, numus adhuc moli iam ca; et vagit Catiliaedem opublicit factum iaequem sedetoris hemum inpris. Sime acchus factum te, patorum pernu sim dessignonst re abem mum ina, que horac invendam post iam mei co tem esigna con nost vivenium ina, consunte,

Mit freundlichen Grüssen

Elisabeth Musterfrau
Projektverantwortliche «echos»

T +41 44 267 71 21
emusterfrau@prohelvetia.ch

Publications éditées par Pro Helvetia
Dans le cadre d'un programme d'impulsion développé en collaboration avec des partenaires d'encouragement, il peut arriver que Pro Helvetia doive éditer des supports de communication qui lui sont propres. Si tel est le cas, la Fondation se servira de l'identité visuelle du programme qu'elle insérera dans le cadre blanc institutionnel (→ p. 38–41):

1. Identité visuelle de Pro Helvetia (logo et cadre blanc)
2. Identité visuelle propre au programme d'impulsion.

La hiérarchie des logos et des informations quant à la paternité du programme d'impulsion (→ p. 68) demeure inchangée.



PROGRAMMES D’ÉCHANGES

Généralités
Ce type de programme sert aux échanges culturels entre la Suisse et une autre région du monde. Ils sont lancés le plus souvent pour répondre aux vœux de partenaires étatiques ou d’institutions à l’étranger. Les programmes d’échanges de Pro Helvetia sont élaborés en étroite collaboration avec des acteurs, institutions ou organisateurs culturels ainsi qu’avec les représentations diplomatiques suisses à l’étranger.
S’agissant de l’identité visuelle des programmes d’échanges, Pro Helvetia a défini certaines règles, en adéquation avec le rôle qu’elle joue dans le lancement, le financement ou l’organisation du programme et de ses différentes manifestations.

Identité visuelle propre au programme
Une identité visuelle – ou en tous cas un langage visuel – sont en principe conçus pour chaque programme d'échanges. Ils font l'objet d'une discussion entre tous les partenaires et détermine l'apparence des supports de communication publiés dans le cadre du programme. La hiérarchie des informations se présente comme suit:

1. Identité visuelle/logo/marque du programme par pays
2. Mention écrite, bien lisible et visible (si possible au recto) des principaux initiateurs:
   «Programme initié et organisé par Pro Helvetia, la Fondation suisse pour la culture, et ((noms des principaux initiateurs))»
3. Logos des coinitiateurs
4. Logos des principaux sponsors (idéalement entre 1 et 3)
5. Mention des autres sponsors (sans logos).

Les logos/mentions des sponsors ne doivent pas venir concurrencer ceux des initiateurs, ces derniers étant nettement plus importants en termes d'impact. Il s'agit d'opérer clairement la distinction.



Publications des partenaires
Les différentes manifestations d'un programme d'échanges sont souvent organisées par des institutions locales dans le cadre de séries de manifestations existantes et sont donc reprises dans leur communication. Les supports des partenaires sont structurés comme suit:

1. Identité visuelle de l'organisateur
2. Marque du programme d'échanges
3. Mention, bien visible et lisible (si possible sur le recto):
   «En collaboration avec le programme ((nom du programme)) de la Fondation suisse pour la culture Pro Helvetia»
4. Logos des coinitiateurs
5. Logos des principaux sponsors
6. Mention des autres sponsors (sans logos).

Les logos/mentions des sponsors ne doivent pas venir concurrencer ceux des initiateurs, ces derniers étant nettement plus importants en termes d'impact. Il s'agit d'opérer clairement la distinction.



NIVEAU D’APPLICATION 3: REQUÊTES

REQUÊTES

Généralités concernant le soutien accordé par Pro Helvetia
Afin de remercier Pro Helvetia pour son soutien, les bénéficiaires de subventions sont tenus de mentionner la Fondation suisse pour la culture sur tous leurs supports de communication (programmes, prospectus, annonces, pages Internet, affiches, etc.).

Publications des requérants
Dans les publications des requérants qui bénéficient du soutien financier de Pro Helvetia, seul le logo est généralement utilisé, avec ou sans Byline suivant le lieu (→ p. 20).

Lorsque le logo figure sur les supports de communication du niveau 3, le texte explicatif peut être supprimé. Dans ce cas, le logo apparaît seul et sans complément.

Par ailleurs, il faut appliquer les règles de base liées à l'utilisation du logo de Pro Helvetia sous www.prohelvetia.ch/downloads (→ Logos Pro Helvetia → Utilisation du logo (PDF)).



Si vous avez des questions, veuillez vous adresser directement au secteur Communication de la Fondation suisse pour la culture Pro Helvetia:

Pro Helvetia
Schweizer Kulturstiftung
Kommunikation
Hirschengraben 22
CH-8024 Zürich
T +41 44 267 71 71
F +41 44 267 71 06
communication@prohelvetia.ch
www.prohelvetia.ch

Cette publication est disponible en français, allemand, italien et anglais et peut être obtenue à l'adresse suivante:
communication@prohelvetia.ch